

<p>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p>  <p>UNIDAD ACADÉMICA</p> <p>FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS</p> <p>PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:</p> <p><u>ETICA DE PERIODISMO</u></p>	DES:	
	Programa académico	Licenciatura en Periodismo
	Tipo de materia (Obli/Opta):	Obligatoria
	Clave de la materia:	PE
	Semestre:	Sexto
	Área en plan de estudios (B, P y E):	E
	Total de horas por semana:	3
	Teoría: Presencial o Virtual	2
	Laboratorio o Taller:	1
	Prácticas:	
	Trabajo extra-clase:	
	Créditos Totales:	6
	Total de horas semestre (x 16 sem.):	48
	Fecha de actualización:	21/10/2024
Prerrequisito (s):	Ninguno	

DESCRIPCIÓN

El objetivo de esta materia es que los estudiantes manejen los principios de ética en el campo laboral teniendo como modelo las diferentes teorías deontológicas, su función y aplicación tanto en la comunicación como en el ejercicio de gobierno. Al finalizar el curso el maestrante será capaz de identificar conflictos éticos en el entorno periodístico, desarrollar códigos deontológicos en ámbitos relacionados con el periodismo, la comunicación y el gobierno; así como desarrollar análisis crítico a partir de la relación que guarda la ética con aspectos como la manipulación, las noticias falsas, la información sin sustancia, la difusión de mensajes falsos y su impacto en el gobierno y la sociedad.

COMPETENCIAS PARA DESARROLLAR:

BASICAS

B1. Excelencia y desarrollo humano

B1. La excelencia educativa promueve el desarrollo humano integral con resultados tangibles obtenidos en la formación de profesionales con conciencia ética y solidaria, pensamiento crítico y creativo así como una capacidad innovadora y productiva.

B3. Responsabilidad social

B3. Asume con responsabilidad social y liderazgo social los problemas más sensibles de las comunidades cercanas ante su propio contexto, con el fin de contribuir a la conformación de una sociedad más justa, libre, incluyente y pacífica.

PROFESIONALES

PEC 1. Interacción sociocultural

PEC1. Promover, rescatar, conservar, interpretar, crear y difundir fenómenos humanísticos, artísticos y culturales en espacios físicos y digitales, bajo criterios de inclusión, multiculturalidad y diversidad.

ESPECIFICAS

E3. Mediaciones periodísticas

E3. Administración de las fases de creación, moda de recepción y evaluación de impactos de los procesos informativos en instituciones sociales, públicas y privadas, donde la selección, análisis, síntesis, evaluación y puesta en soporte de la información es requerida para ,la toma de decisiones con base a un periodismo especializados y ético,.

DOMINIOS Y/O DESEMPEÑOS	OBJETOS DE ESTUDIO Y CONTENIDOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA (Estrategias, recursos didácticos, secuencias didácticas...)	EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO
<p>B1.1. Desarrolla el pensamiento crítico a partir del análisis, la reflexión y la argumentación</p> <p>B1.3. Desarrolla las habilidades y capacidades innovadoras, productivas y de emprendimiento.</p>	<p>Objeto de estudio 1</p> <p>1.1. El ser humano como ser ético. 1.2. ¿Qué es ética? 1.2. ¿Qué es deontología?</p> <p>Objeto de estudio 2</p> <p>2.1. Comunicación, ética y fake news 2.2. Prototipo de ética en la comunicación y el periodismo</p>	<p>Analiza</p> <p>El concepto de la ética</p> <p>Aplica</p> <p>Los conocimientos adquiridos ante la realidad social</p>	<p>Exposición, lecturas realizadas y aplicación de los conceptos en ejemplos prácticos y cotidianos. Revisión de películas relacionadas con los temas a revisar.</p> <p>Exposición a cargo de la titular, lecturas realizadas, aplicación de los conceptos mediante dinámicas desarrolladas en el salón de clase.</p>	<p>Elaboración de una línea del tiempo que incluya los elementos que se señalan en la rúbrica. El producto a entregar debe ser creativo y atrayente. Presentación de examen de comprensión para el dominio de conceptos relacionados con el tema.</p>

<p>PEC1.3 Demuestra capacidad de expresión y difusión humanística</p> <p>PEC-AE1-1; Construir y liderar un equipo de servicios informativos efectivos y favorecer el desarrollo profesional y personal de la gente que trabaja en la organización informativa.</p> <p>PEC-AE1-3: Desarrollar y aplicar lineamientos para medir sistemáticamente la calidad y el valor de los productos y servicios informativos.</p>	<p>Objeto de estudio 3</p> <p>3.1. De la verdad a la posverdad</p> <p>Objeto de estudio 4</p> <p>4.1. Las redes en la ética de la comunicación horizontal</p> <p>4.2. La construcción de imagen y difusión de falsos mensajes.</p> <p>Objeto de estudio 5</p> <p>5.1. La comunicación desde el gobierno y los principios para gobernar a la sociedad.</p> <p>5.2. Elaboración de su protocolo ético.</p>	<p>Revisa</p> <p>La bibliografía por su parte a fin de fortalecer su conocimiento del tema</p> <p>Describe</p> <p>Las teorías mas importantes de la deontología</p> <p>Desarrolla</p> <p>Su propio protocolo</p>	<p>Exposición a cargo de la titular del curso, lecturas realizadas, aplicación de los conceptos mediante dinámicas desarrolladas en el salón de clase.</p> <p>Elección del medio a monitorear. Integración y sistematización de los datos relevantes según el medio, asesoría y trabajo en equipo.</p>	<p>Elaboración de un ensayo individual donde se integre la información contenida de los diferentes autores revisados.</p> <p>Ensayo</p> <p>Elaboración del monitoreo de un medio y el su protocolo ético</p>
--	---	--	--	--

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
<ul style="list-style-type: none"> •Amoros García, Marc, Fake News. La verdad de las noticias falsas, Plataforma Editorial, Barcelona, 2018. •Bonilla Saus, Javier y Pedro Isern Munne, Plebe versus Ciudadanía. A propósito del populismo contemporáneo, editorial Biblos, Argentina, 2014. •Braidotti, Rosi. Lo Posthumano, editorial Gedisa, Barcelona, 2018. •Canel Crespo, María José, La Comunicación de la Administración Pública. Para gobernar con la sociedad, ed. Fondo de Cultura Económica, México, 2018. •Ciceron, Quinto Tulio, Breviario de campaña electoral, Ed. Acantilado, Barcelona, 2003. •Del Prado Flores, Rogelio, Ética de la comunicación, editorial Gedisa, México, 2018. •Del Rey Morató, Javier, La Comunicación Política, Ed. Complutense, Madrid, 1996. •Del Rey Morató, Javier, Comunicación Política, Internet y Campañas Políticas (de la teledemocracia a la ciberdemocr@cia) ed. Tecnos, Madrid, 2007. •Flores Rico, Carlos, ¡Es la estrategia estúpido!. Una nueva forma de ganar elecciones. Ed. Nuevo Silgo XXI, México, 2005. •Han, Byung-Chul, Psicopolítica, editorial Herder, Barcelona, 2014. •Jones, William, el arte de la manipulación, Ed. Selector, México, 2006. •Kraus, Sídney y Dennis Davis, Comunicación Masiva. Sus efectos en el comportamiento político, Ed. Trillas, México, 2006. •Meneses, María Elena, Periodismo Convergente, editorial Porrúa, México, 2011 •Pérez Salazar, Gabriel, El meme en internet. Identidad y usos sociales, ed. Fontamara, México, 2017. •Ritcher Morales, Ulrich, El Ciudadano Digital, Océano, México, 2018. •Sartori, Giovanni, Homo videns, La sociedad teledirigida, Ed. Puntos de Lectura, México, 2007. •Sartori, Giovanni, Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 2005. •Trejo Delarbre, Raúl, Simpatía por el rating, ediciones Cal y Arena, México, 2010 •Valdez Zepeda, Andrés, El arte de ganar elecciones. Marketing del Nuevo Milenio, Ed. Trillas, México, 2006. 	<p style="text-align: center;"> Línea del tiempo: 25% Examen: 25% Ensayo: 10% </p> <p style="text-align: center;"> Monitoreo del medio: 40% </p>

